

# RESPONSABILIDADE DOS BANCOS E ADMINISTRADORAS DE CARTÃO DE CRÉDITO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.

Janieire Marquez<sup>1</sup>

Priscila G Felipe<sup>2</sup>

## Resumo

Não é segredo que ao longo dos anos, o comércio se transformou e junto com ele os clientes. Hoje, as pessoas buscam novas formas de consumir e prezam pela praticidade e segurança. Comprar pela internet se tornou um hábito cada vez mais comum entre os consumidores. No presente trabalho priorizar-se o estudo acerca do comércio eletrônico buscando compreender as mudanças proporcionadas através da internet e a responsabilidade de instituições financeiras por traz deste mercado. Para a concretização deste trabalho, privilegiou-se o estudo descritivo e qualitativo, realizado por meio de pesquisa bibliográfica.

**Palavras- chave:** internet, serviço, consumidor, fornecedor.

## Abstract

It is no secret that over the years, trade has transformed and along with it customers. Today, people seek new ways to consume and cherish practicality and safety. Buying over the internet has become an increasingly common habit among consumers. In the present work, we focus on the study of e-commerce in order to understand the changes provided through the Internet and the responsibility of financial institutions behind this market. For the accomplishment of this work, a descriptive and qualitative study was carried out, through bibliographic research.

**Keywords:** internet, service, consumer, supplier

Primeiramente faz se necessário conceituar comércio eletrônico que para Aldemário Araújo Castro “comércio eletrônico” consiste no conjunto de

---

<sup>1</sup> Janieire Marquez Vieira. Graduada em Pedagogia pela Universidade Luterana do Brasil e acadêmica do 8º período do curso de Direito pela Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: janieire@caramuru.com

<sup>2</sup> Priscila Gomes Felipe. Graduada em História pela Universidade Estadual de Goiás e acadêmica do 8º período do curso de Direito pela Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: priscilagomesfelipe@hotmail.com

operações de compra e venda de mercadorias ou prestações de serviços por meio eletrônico; ou as operações com conteúdo econômico, realizadas por intermédio de meios digitais. Ele pondera que o comércio eletrônico pode ser classificado em duas espécies: próprio/direto e impróprio/indireto. A primeira espécie trata da comercialização de bens intangíveis, como o software; a segunda, de bens tangíveis, como equipamentos eletrônicos. No primeiro caso a operação começa, se desenvolve e termina nos meios eletrônicos; já na segunda espécie, tem-se um desdobramento físico da operação, um bem corpóreo sairá do estabelecimento do vendedor e será entregue no domicílio do comprador.

Atualmente há várias oportunidades de negócios na internet e o comércio eletrônico (e-commerce) representa o presente e o futuro do mercado comercial.

Nos últimos anos houve um grande crescimento no número de internautas o que afetou significativamente esse tipo de comércio.

No Brasil segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística o IBGE, cerca de 69% dos brasileiros já possuem acesso a internet<sup>3</sup>. Em média os países mais desenvolvidos possuem entre 78 % e 83 % de sua população com acesso a internet a exemplo dos Estados Unidos, Alemanha e Japão.

Percebe-se que o acesso à internet nos últimos anos teve um grande crescimento o que foi de suma importância para a ampliação do comércio eletrônico no mundo e expressivamente no Brasil.

A forma de comércio em essência não sofreu profundas modificações, nos últimos séculos, apenas acessórios foram inseridos ou lapidados, tais como o modo de tradição. A relação de compra e venda não deixa de ser a mesma dos séculos passados, onde a propriedade de um objeto é transferida, em face de uma contraprestação, seja ela obrigação de dar, fazer ou comumente de pagar quantia. (FIUZA, 2011).

---

<sup>3</sup> Informação retirada da agência de notícias o IBGE. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>> Acesso em: 11/05/2019

Assim compreendemos que o comércio eletrônico nada mais é que uma extensão do comércio tradicional, que já existe há séculos. Contudo, com o suporte da informática os comerciantes passaram a ter maior alcance de público potencial tendo em vista que com a internet não existem barreiras geográficas para a comercialização ao menos para a divulgação dos produtos, pois ainda existem barreiras acerca da diferença entre ordenamentos jurídicos e fronteiras entre os países, principalmente quando se faz necessário a entrega física de um produto ou prestação de serviço *in loco*<sup>4</sup>.

Os contratos até algumas décadas atrás eram celebrados de preferência em forma escrita ou verbal, contudo com a disseminação da informática e o avanço com a internet desenvolveu-se mais uma maneira de se contratar, o que chamamos de contratação eletrônica. Esse método facilita a atuação das empresas principalmente às de menor e médio porte que possuíam o alcance de clientes limitados em relação à divulgação e distribuição de produtos e serviços. Contudo, agora elas veem nos meios eletrônicos uma forma prática e econômica para difundir seus negócios.

No entendimento de Maria Eugênia Reis Finkelstein com a disseminação do comércio eletrônico, o comércio tradicional não deverá desaparecer, no entanto ele terá certa desvantagem em relação aos preços cada vez mais atrativos. O comércio eletrônico atende a um grande anseio dos consumidores, a facilidade de comparar preços e demais condições contratuais em um curto espaço de tempo, na comodidade de sua residência, no território nacional e até no exterior.

Apesar de a internet facilitar o encontro de bens e a comparação de preço, o comércio tradicional ainda continua com a vantagem de se conhecer os produtos e serviços com contato direto.

Não obstante o comércio eletrônico vir apresentando de forma avançada um grande crescimento em razão de suas características que são bem atrativas que já foram apresentadas como: celeridade na negociação,

---

<sup>4</sup> Expressão em latim equivalente a “no próprio local”

eliminação de distâncias geográficas, o barateamento do acesso para a venda e a compra por meio eletrônico, preços mais atrativos entre outros.

Contudo o comércio eletrônico ainda desperta a desconfiança de alguns indivíduos, os quais teriam o receio de comprar por não confiarem no ambiente virtual; ou outros ainda que compraram experimentaram algum tipo de frustração; como a não entrega do produto, algum problema com a negociação, dificuldade de devolução decorrente de arrependimento ou troca por vício, receio de fornecer dados bancários e dados de cartão de crédito, em consequência desses fatos entre outros fazem com que a confiança no comércio eletrônico não seja uma unanimidade.

Toda via nos deparamos com grande parte de internautas que possuem um certo temor em efetuar compras pela internet. Grande parte das demandas judiciais principalmente as dos Juizados Especiais envolvem negócios realizados pela internet. Os problemas jurídicos decorrentes do comércio eletrônico têm sido a grande preocupação entre os estudiosos do Direito, em especial do direito do consumidor.

## **1. Responsabilidade dos Bancos, Administradoras de Cartão de Crédito.**

Conceituado Comércio eletrônico e destrinchado as suas vantagens para o público consumidor, grande parte das operações de compras de produtos e serviços por eles realizadas através da internet são pagas por meios bancários, cartão de crédito e do serviço de gestão de pagamento. Assim entraremos no foco da presente pesquisa que busca identificar a responsabilidade dos bancos, das administradoras de cartão de crédito.

Em suma, e de grande relevância saber qual o nível de responsabilidade dos bancos e das administradoras de cartão de crédito nas compras realizadas pela internet, quando efetuadas por meio de pagamento bancário<sup>5</sup> ou com o uso do número do cartão de crédito. A utilização desses meios de pagamento podem ocasionar diversos problemas, como por exemplo, a denominada

---

<sup>5</sup> Entende se por pagamento bancário debito em conta ou até mesmo pagamento de boleto.

clonagem de cartão, a subtração de quantias em contas bancárias, entre outros problemas que precisam ser abarcados do ponto de vista da responsabilidade civil, também podem ser abraçadas na esfera penal, pois, algumas condutas vem sendo tipificadas criminalmente, como por exemplo, a falsificação de cartão conforme dispõe o Paragrafo Único do artigo 298 do Código Penal incluído pela Lei nº 1737/2012.

Falsificar, no todo ou em parte, documento particular ou alterar documento particular verdadeiro: Parágrafo Único. Para fins do disposto no caput, equipara-se a documento particular o cartão de crédito ou débito. (Decreto Lei 2848/1940 art.298)

O Código de Defesa do Consumidor dispõe que a atividade bancária, de crédito ou securitária é considerada serviço enquanto é prestada no mercado de consumo, para fins de aplicação do CDC<sup>6</sup>.

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. Paragrafo segundo: Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações trabalhistas. (Lei 8078/90 art. 3º paragrafo 2º)

Ocorreram discussões acerca da aplicabilidade do CDC enquanto lei ordinária à atividade bancária, pois havia entendimento que sustentasse que deveria ser lei complementar que submetesse os bancos a proteção consumidor, no entanto o impasse se pacificou com a aplicação do CDC á atividade atividade bancária pelo STF e STJ. No STF, a tese firmou-se por meio da decisão proferida na Ação Direta de Inconstitucionalidade – ADI nº. 2.591/DF2. Já o STJ editou a Sumula nº 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”.

Há ainda a súmula nº 479 do STJ que afirma:

*“As instituições financeiras respondem objetivamente pelos danos gerados por fortuito interno relativo a fraudes e delitos praticados por terceiros no âmbito de operações bancárias.”*

---

<sup>6</sup> Leia se Código de Defesa do Consumidor

No entendimento de Cláudia Lima Marques a responsabilidade dos bancos é pacífica quanto aos deveres contratuais de cuidado e segurança quanto às retiradas, às assinaturas falsas e aos problemas em cofres. Em relação a falha externa do serviço bancário, como por exemplo a abertura de uma conta com documentos fraudados, inscrição indevida no sistema de proteção ao crédito, impõe responsabilidade objetiva aos bancos, pois a vítima é equiparada à consumidora tendo direito a reparação por danos materiais/moral. Contudo, ainda podemos mencionar os problemas com assaltos em agências bancárias e a descoberta de senhas em caixas eletrônicos como acidentes de consumo, onde estão sujeitas a aplicação do artigo 14 do CDC.

Fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.  
(Lei 8078/90 art. 14)

Em relação às compras efetuadas pela internet, os bancos enquanto prestadores de serviços respondem pelos vícios e defeitos decorrentes do serviço prestado, especialmente pelos vícios e defeitos de seus instrumentos de pagamentos. Assim, havendo problemas decorrentes da operação bancária como, por exemplo, um débito em conta não autorizada; débito em duplicidade; não realização de ordem de pagamento efetuada pelo consumidor causando a não concretização de algum negócio. Ressaltamos que a responsabilidade dos bancos fica limitada ao serviço que se compromete a realizar não podendo o mesmo ser responsabilizado pelo vício ou defeito do produto objeto da compra e venda entre consumidor e o titular do estabelecimento virtual, pois falta nexo de causalidade entre o dano e a conduta do banco.

Portanto em relação a responsabilidade civil dos bancos, perante o consumidor que compra algum produto ou faz uso de algum serviço pela internet, aplica-se o CDC conforme dispõe os artigos 14 a 25 que apresentam as regras de responsabilidade por defeito e por vício. Agora perante o fornecedor do bem, os bancos também são responsáveis pelos vícios e

defeitos decorrentes da sua prestação de serviço, mas quanto aplicarmos o CDC devemos nos atentar e verificar se o fornecedor pode ser consumidor, ou seja, ele é o destinatário final do serviço bancário.

No entendimento de Tarcísio Teixeira compreende-se que o serviço prestado pelo banco a um profissional trata-se de insumo para sua atividade de venda, prestação de serviço pela internet, por isso não poderá ser considerado consumidor por lhe faltar o caráter de destinatário final. Porém há quem possa entender que se houver vulnerabilidade aplicar-se à o CDC em favor do profissional considerando o um consumidor.

Conforme vimos no artigo 3º paragrafo 2º do CDC às administradoras de cartão de crédito, também desempenham atividades financeiras e de crédito. O cartão de crédito é um das formas de cumprir uma obrigação; tratando-se de um contrato inominado derivado da mistura de abertura de crédito e de prestação de serviços.

Em relação a responsabilidade civil da administradora de cartão de crédito decorre da prestação de serviço em que a instituição se compromete a prestar, ou seja, fornecer um cartão de crédito ao seu cliente para que o mesmo possa utilizar da linha de crédito junto à rede de fornecedores credenciados pela própria operadora de cartão. Havendo problemas derivados desta prestação de serviços, seja por vício, seja por defeito ocorrerá a responsabilidade da administradora do cartão nos termos dos artigos 20 e 14 do CDC respectivamente.

Se tratando de defeito, a responsabilidade da administradora de cartão é objetiva, como pro exemplo, a não realização de compras pelo cliente e ocorre um lançamento indevido em sua fatura e ser inscrito indevidamente no sistema de proteção ao crédito, portanto, caberá a administradora do cartão de crédito provar a inexistência de culpa, demonstrando, por exemplo, que a compra foi concretizada em decorrência da culpa exclusiva da vítima por ter fornecido os dados do seu cartão a terceiros.

Ressaltamos que como nas transações bancárias a responsabilidade da administradora do cartão limita-se ao serviço financeiro e de crédito que ela se

presta a realizar não podendo ser responsabilizada, pelo vício ou defeito de um produto adquirido via internet pelo consumidor junto ao vendedor, também pela falta do nexo causal à espécie.

Nas transações realizadas pela internet, a extensão da responsabilidade civil das administradoras de cartões é fundamentada no CDC em relação ao consumidor que compra um produto ou toma um serviço. Contudo em relação ao profissional que vende o produto ou realiza a prestação de serviços, a administradora também é responsável pelos vícios e defeitos decorrentes da sua prestação de serviço, no entanto, no entendimento de Tarcísio Teixeira o serviço prestado pela administradora de cartão de crédito junto ao profissional trata-se de insumo para sua atividade realizada pela internet. Assim, não pode ser considerado consumidor destinatário final do serviço prestado pela administradora do cartão de crédito<sup>7</sup>.

Por outro lado nos deparamos com outro problema na prestação de serviços da administradora de cartão de crédito, a clonagem. Ocorrendo tal fato é imposto a responsabilidade à administradora pela falta de segurança que se espera do serviço oferecido e prestado. No comércio eletrônico é comum haver clonagem de cartões de crédito a partir dos números fornecidos pelos clientes. Há um consenso na doutrina estudada onde se entende que os negócios feitos pela internet com dados bancários ou números de cartão de crédito, cujo titular não foi quem efetuou a compra não há ônus ao correntista ou ao titular do cartão de crédito quanto à despesa, haja vista a falha do fornecedor do bem não conferir se o comprador era efetivamente a pessoa de direito que poderia efetuar a compra.

## **Considerações Finais**

Com o estudo compreendemos que havendo débitos indevidos em conta bancária do titular em razão de negócios não efetuados por ele na internet ou

---

<sup>7</sup> Para Tarciso Teixeira a exceção seria o caso do vendedor não habitual, esporádico, tido por destinatário final. (TEIXEIRA, 2015, p211)

fora da mesma, o banco arcará com as consequências dos danos, devendo ressarcir o correntista. O mesmo se dá quanto ao lançamento em faturas de cartão de crédito por compras não realizadas pelo cliente sejam elas feitas na internet ou não. Em ambos os casos, caberá ao fornecedor de serviço, nesse caso, o banco ou a administradora de cartão, comprovar a culpa exclusiva da vítima para poder se eximir da responsabilidade.

## Referência Bibliográfica

CASTRO, Aldemário Araújo. **Os meios eletrônicos e a tributação**. In: REINALDO FILHO, Demócrito Ramos (coord.). Direito da informática- temas polêmicos. Bauru: Edipro, 2002. p. 254.

CAVALIEIRI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 2. Ed. São Paulo: RT, 2006 p. 291.

FIUZA, César. **Direito Civil: Curso Completo**. 15. ed. revista, atualizada e ampliada. Belo Horizonte, 2011

FINKESTEIN, Maria Eugênia Reis. **Aspectos Jurídicos do comércio eletrônico**. Cit. p 53-54

MARQUES, Cláudia Lima. **Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço**. In: MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 2. ed. São Paulo: RT, 2006. p. 291.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico: Conforme o Marco Civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo: Saraiva. 2015